

# BAB 1

## PENDAHULUAN

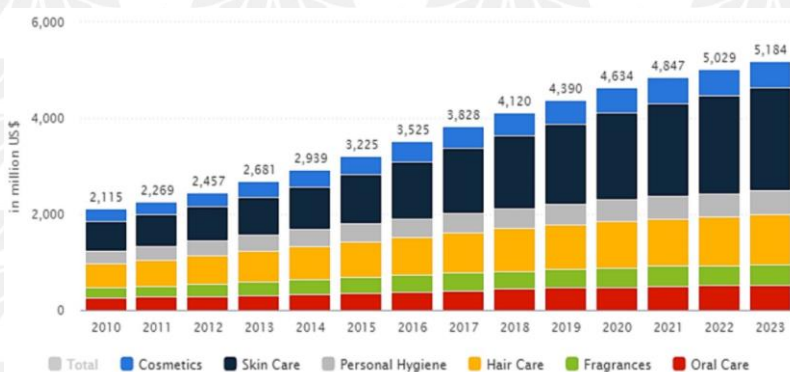
### 1.1 Latar Belakang

Pada era modern saat ini penampilan merupakan salah satu yang menjadi perhatian sebagian besar wanita, sehingga kebutuhan akan perawatan wajah dan tubuh terus meningkat seiring dengan berkembangnya waktu. Perawatan wajah dan tubuh saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Tidak hanya wanita, bahkan pria saat ini banyak yang melakukan perawatan wajah dan tubuh, karena peningkatan kepedulian terhadap penampilan terutama pada bagian wajah. Selain untuk menjaga penampilan, alasan lain seseorang melakukan perawatan wajah dan tubuh adalah untuk mengikuti trend kehidupan sosialita dan kesibukan yang membuat seseorang tidak sempat melakukan perawatan sendiri, sehingga menggunakan jasa perawatan kulit agar penampilan wajah dan tubuh tetap terjaga (Izzaty et al., 2020). Klinik kecantikan merupakan sebuah klinik untuk memfasilitasi perawatan wajah dan tubuh. Klinik kecantikan memfasilitasi untuk menangani beberapa masalah keluhan pada tubuh, seperti noda hitam, jerawat, kusam, kering, bopeng serta keinginan untuk memiliki tubuh bersih, *glowing*, dan sehat yang ditangani langsung oleh dokter ahlinya (Izzaty et al., 2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal 1-2020, pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik tumbuh sebesar 5,59%. Pertumbuhan pada pasar kosmetik di Indonesia juga diperkirakan meningkat 7% pada tahun 2021 (Rizaty, 2021). Pada saat ini masyarakat di Indonesia banyak sekali yang berlomba-lomba mengunjungi klinik kecantikan. Adanya peningkatan pendapatan masyarakat Indonesia, trend belanja masyarakat telah bergeser, dimana belanja kebutuhan pokok tidak lagi menjadi yang utama, namun memenuhi kebutuhan untuk merawat wajah dan tubuh menjadi belanja yang paling besar dikeluarkan oleh masyarakat. Dalam hal ini, bisnis kecantikan mendapatkan keuntungan yang besar dari pertumbuhan pendapatan nasional dengan bergesernya gaya belanja masyarakat Indonesia. Industri bisnis klinik kecantikan di Indonesia bertumbuh dengan pesat setiap

tahunnya. Menurut Alfons (2018) perkembangan industri perawatan kecantikan Indonesia mencapai angka 15% lebih tinggi dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura yang tumbuh dibawah 10%.

Perkembangan penggunaan *skincare* untuk perawatan kulit salah satunya kulit wajah di Indonesia dibuktikan dengan adanya data pangsa pasar industri kosmetik Indonesia tahun 2010 hingga 2023 yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1.1 Pangsa Pasar Industri Kosmetik Indonesia Tahun 2010 – 2023

Pada gambar tersebut menunjukkan laporan dari Statista (2020) yang menyatakan bahwa pasar terbesar dari industri kosmetik Indonesia adalah dari segmen perawatan kulit dengan volume pasar USD 1.673 juta pada tahun 2019. Dilansir dari *Euromonitor International* tahun 2015 yang bertajuk *The Future of Skincare*, Indonesia dianggap akan menjadi penyumbang terbesar kedua untuk perawatan kulit di dunia menggantikan Amerika Serikat yang berada di posisi ketiga. Hal ini membuktikan bahwa tingginya minat masyarakat Indonesia guna melakukan perawatan kulit terutama kulit wajah. Wanita rela mengeluarkan banyak uang untuk perawatan kecantikan. Pria juga memperhatikan kesehatan wajah dengan merawat kulit wajah dan pergi ke klinik kecantikan untuk perawatan wajah. Perilaku konsumtif ini memuat kebutuhan untuk mempercantik kulit wajah menjadi semakin populer di kalangan kelompok masyarakat terutama yang tertarik dengan penampilan dan kecantikan kulit wajah. Menghadapi kenyataan ini banyak klinik kecantikan wajah yang menawarkan berbagai jenis perawatan wajah dan tubuh (Kamiluddin, 2020). Fenomena ini bagi pemasar merupakan peluang untuk menentukan strategi pemasaran. Semakin



meningkatnya klinik kecantikan di Kabupaten Gresik, tentu menimbulkan banyak persaingan di bidang jasa klinik kecantikan itu sendiri. Salah satu klinik kecantikan yang dapat memberikan solusi untuk segala masalah kulit wajah dan tubuh yang mendasar pada ilmu yang terbaru dan teruji secara medis adalah Rahmie Clinic yang beralamatkan di Jalan Gurang Anyar No. 23 Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Rahmie Clinic merupakan klinik kecantikan yang sebagai tempat pasien mendapatkan layanan yang baik dari ahli kecantikan yang berkualitas. Rahmie Clinic memiliki beberapa produk unggulan yaitu skincare, kosmetik, dan medical. Klinik kecantikan ini memiliki 3 cabang yang terletak di Gresik, yaitu wilayah Cerme, Duduk Sampeyan, dan Giri. Rahmie Clinic menawarkan perawatan wajah di bawah asuhan dokter Rahmie, pendiri dan dokter ahli dengan memberikan kepuasan tinggi dan hasil yang dijamin baik. Mulai awal berdiri hingga saat ini jumlah pelanggan pada Rahmie Clinic sekitar 21.000 pelanggan yang telah melakukan perawatan.



Gambar 1.2 Rahmie Clinic Gresik  
(Sumber: website rahmie clinic 2022)

Selama 12 tahun beroperasi di Kabupaten Gresik tentunya tidak mudah bagi Rahmie Clinic untuk mempertahankan keberadaannya. Rahmie Clinic terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kepercayaan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan agar tetap rutin berkunjung ke Rahmie Clinic. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pelanggan Rahmie Clinic, diperoleh bahwa pelayanan yang dirasa

kurang memuaskan tentunya menjadi salah satu masalah cukup besar bagi Rahmie Clinic yang mana ketika banyaknya pelanggan yang datang untuk melakukan perawatan, membuat pelanggan yang lainnya tidak bisa langsung ditangani secara cepat.

Pada setiap kegiatan usaha tentunya ingin memperoleh respon yang baik dari pelanggan. Guna memperoleh feedback tersebut, tentu perusahaan harus bisa menjamin apapun yang menjadi kesenangan pelanggan. Setiap perusahaan memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, sehingga kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dihadapkan pada ketatnya persaingan bisnis. Pelanggan yang loyal menjadi hal yang dibutuhkan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi perusahaan. Loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk kembali menggunakan jasa atau produk dimasa sekarang, masa yang akan datang dan tidak berpindah ke brand produk lain sejenis (Ludiana et al., 2020). Banyak hal pembentuk loyalitas pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan (*service quality*), kepercayaan (*trust*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dalam bidang jasa tergantung pada kualitas dan kemampuan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan layanan. Dengan memberikan layanan yang berkualitas pelanggan akan merasa puas, sehingga akan berpengaruh kepada besar kecilnya permintaan pelanggan terhadap jasa yang dihasilkan. Klinik kecantikan selain menjual produk juga menjual jasa. Sebagaimana layaknya perusahaan jasa yang lain, *Service Quality* adalah hal utama yang harus diperhatikan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Menurut Wiyono & Andajani (2019), kepuasan pelanggan tercapai jika layanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan dan ekspektasi pelanggan. Jika pelanggan menganggap *Service Quality* yang diberikan suatu perusahaan jasa baik, maka akan menciptakan hubungan yang positif antara pelanggan dan juga perusahaan jasa tersebut. Hal ini akan menjadikan perusahaan dapat bertahan dan menciptakan keuntungan kompetitif.

Kepercayaan (*Trust*) merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak lainnya, dengan demikian kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai suatu harapan pelanggan bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya



(Keni dan Sandra, 2021). Kepercayaan (*Trust*) didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek (Wicaksono & Santoso, 2015). Kepercayaan (*Trust*) akan timbul dari benak pelanggan apabila produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan pelanggan pada suatu produk.

Ketika perusahaan ingin memiliki pelanggan yang loyal, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Didin dan Fahmi (2019) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) ialah pengukuran seberapa pelanggan begitu suka dan bahagia terhadap produk atau jasa yang mereka terima. Kepuasan pelanggan menjadi suatu perbandingan antara harapan dengan persepsi pengalaman. (Ludiana et al., 2020) dalam penelitiannya juga mengatakan jika pelanggan yang puas, otomatis pelanggan menjadi setia serta melakukan pembelian berulang pada suatu produk maupun merek yang sama sehingga tidak menutup kemungkinan pelanggan menjadi seorang pelanggan yang menetap serta loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Service Quality* Dan *Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Rahmie Clinic Gresik Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Rahmie Clinic Gresik ?
2. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Rahmie Clinic Gresik ?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Rahmie Clinic Gresik ?
4. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Rahmie Clinic Gresik ?

5. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Rahmie Clinic Gresik ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada Rahmie Clinic Gresik.
2. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *customer satisfaction* pada Rahmie Clinic Gresik.
3. Untuk menganalisis *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Rahmie Clinic Gresik.
4. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada Rahmie Clinic Gresik.
5. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *customer loyalty* pada Rahmie Clinic Gresik.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi pengembangan ilmu (teoritis) maupun bagi kepentingan praktis, antara lain sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat serta gagasan bagi perkembangan keilmuan mengenai *service quality*, *trust*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti tentang *service quality*, *trust*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada usaha bidang kecantikan khususnya klinik kecantikan Rahmie Clinic Gresik.



#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan menambah dan memperdalam pengetahuan sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan terutama pengetahuan mengenai *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tolak ukur dalam mempertimbangkan *service quality*, *trust* dan *customer satisfaction* untuk mencapai *customer loyalty* yang baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pelaku usaha klinik kecantikan untuk mengetahui cara memberikan kepuasan dan loyalitas kepada pelanggan yang tepat berdasarkan *service quality* dan *trust*. Serta dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lainya sebagai referensi penyusunan penelitian yang sejenis bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

